

УДК 316.758

ББК 60.54

**ФЕНОМЕН ШОПЛИФТИНГА: ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО
АНАЛИЗА**

Ракачева, А.В.,

студентка отделения социологии

Кубанского государственного

университета

Краснодар, Россия

rakacheva_a@rambler.ru

**THE PHENOMENON OF SHOPLIFTING: EXPERIENCE OF
SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

Rakacheva, A.

Student of the Department of

Sociology of the Kuban State

University

Krasnodar, Russia

rakacheva_a@rambler.ru

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется феномен шоплифтинга. На основе материалов социологического исследования рассматриваются причины, мотивы, формы, характеризующие данный социальный феномен.

ABSTRACT

The article analyzes the shoplifting phenomenon. Based on materials of sociological research, it examines reasons, motives, forms, characteristics of this social phenomenon.

Ключевые слова: делинквентное поведение, шоплифтинг, воровство, социология молодежи, девиантное поведение

Keywords: delinquent behavior, shoplifting, theft, sociology of youth, deviant behavior

Одной из форм делинквентного поведения является воровство. Под воровством (кражей) согласно УК РФ (ст. 158) понимается тайное хищение чужого имущества. В научной литературе широко представлена и обоснована типология основных видов воровства. В поле нашего исследования попадает изучение воровства в качестве явления в системе социальных отношений.

Современное общество определяет в качестве ведущей ценности материальное благополучие, обладание все новыми и новыми вещами. При этом, согласно концепции Р. Мертона, легальные способы достижения данной ценности доступны сегодня далеко не каждому человеку. В первую очередь это касается молодежи и подростков, которые еще не имеют возможности самостоятельно зарабатывать деньги и законно приобретать необходимые им вещи (но даже если они имеют самостоятельные источники дохода, то в силу молодости и незначительного опыта зарабатывают недостаточно). Стремление обладать ценными вещами, подталкивает их к нарушению закона.

Одним из распространенных способов незаконного присвоения вещей сегодня является шоплифтинг (shoplifting) (магазинные кражи) – вид воровства, при котором совершается бесконфликтное хищение товара в магазинах розничной торговли. В связи с развитием системы современных магазинов – супермаркетов, где покупатель может самостоятельно контактировать с товаром, эта система получила особое распространение.

Убытки от воровства в супермаркетах значительны, но доходы от продаж в такого типа магазинах довольно высоки и компенсируют потери от воровства. К примеру, типичные потери ритейлеров от индивидуальных краж составляют 1–2% от годового оборота, причем более половины краж

приходится на обслуживающий персонал. Именно поэтому магазинные кражи рассматриваются как своего рода издержка производства.

Исходя из методов и мотивов шоплифтерство можно условно разделить на две категории: 1) профессиональное – специализирующееся на краже вещей с целью их перепродажи, 2) любительское – кражи время от времени для себя.

Вторая категория – любители, наиболее многочисленна, т.к. эти люди занимаются шоплифтингом эпизодически, когда риск быть пойманным минимален или сумма украденных вещей незначительна. Эта схема имеет ряд вариаций: в одних случаях вор старается вынести товар из магазина, в других, если это продовольственный товар, он может съесть его прямо в магазинах. Причем такие люди зачастую не считают себя ворами и транслируют такое поведение на детей и окружающих. Для некоторых, в первую очередь для молодежи, шоплифтинг это своего рода экстремальная практика, стремление себя показать.

Таким образом, можно сказать, что шоплифтинг один из видов девиантного поведения охвативших широкие слои населения и в первую очередь молодежь. Свое развитие данное движение получило благодаря открытию большого числа супермаркетов и созданием виртуальных сообществ, позволяющих взаимодействию и контактам между представителям этой девиантной группы.

Именно массовое распространением интернета является одним из способов распространения идей шоплифтинга среди различных слоев населения и в первую очередь среди молодежи. В социальных сетях обсуждается обмен опытом, советы опытных шоплифтеров. Движение представлено практически во всех социальных сетях: всемирно известных Facebook и MySpace, популярных в Рунете ВКонтакте и Одноклассники, а также блогхостинг LiveJournal.com.

Наибольшую известность в Рунете имела (на сегодняшний день она закрыта, до закрытия имела несколько тысяч подписчиков) площадка в

социальной сети «ВКонтакте» «С.....», как место для общения и обмена информацией шоплифтеров. Здесь размещались отчеты пользователей об их «работе» в магазинах, с предоставлением перечня-суммы украденного (в терминологии шоплифтеров «поднятого») товара и места его «приобретения». Необходимым условием включения украденного товара в общий зачет форумчан являлось указание его цены (фотографии ценников). Велся подсчет украденных товаров участниками форума.

На сегодняшний день эти площадки в основном закрыты, открываются новые, но они не успевают стать массовыми и закрываются. Но и шоплифтеры в этом отношении мобильны – часть таких площадок переехала в мобильные мессенджеры – например, в Телеграмм, который является подходящим для обсуждения и сбыта нелегального товара ввиду особенностей шифрования данных. Однако, несмотря на то, что основная группа шоплифтеров «ВКонтакте» закрыта по требованию суда, видео уроки ее основателя, работающего теперь под псевдонимом, все еще доступны на Youtube, как, впрочем и резервная группа, и группа – аналог КУПЛИ. Также в сети существует продажа видео-уроков по шоплифтингу, и, судя по всему, этот бизнес процветает. Есть и бесплатные видеоролики «Забыл оплатить», «Как улучшить жизнь и ничего за это не платить». Автор рассказывая о способах безопасного похищения товаров в магазинах, осуждает воровство, но в то же время делает попытку дать этому феномену идеологическое объяснение: «Сумма украденного товара уже заложена в его стоимость магазином».

С целью выявить причины и факторы развития движения шоплифтеров нами было проведено социологическое исследование. В качестве метода исследования использовалось полустандартизированное интервью.

Выборка составила 11 человек связанных (в большинстве своем в прошлом) с движением шоплифтеров и 2 человека – работники сетевых магазинов, по долгу своей работы сталкивающихся с шоплифтерами. Вследствие специфичности движения, интервью анонимные.

Типичный портрет представителя этого движения – это молодой человек из семьи среднего достатка, как правило, без существенных материальных затруднений. *«У нас даже круто считалось поднять в магазине что-нибудь, шоколадку, чипсы или что еще. Хотя, в принципе, родители на все давали денег»* (муж., 24 года).

Характеризуя шоплифтинг как воровство, отметим, что это действия, направленные на присвоение чужих вещей. Это и является целью соответствующих действий шоплифтера. Мотивы их определить гораздо сложнее, так как в числе факторов, побуждающих к воровству, большое место занимают неспецифические, то есть не однозначно определенные для воровства. В целом, мотивы воровства делятся на три больших группы: 1) сделать благо себе; 2) сделать посредством украденного приятное другим и тем заслужить их хорошее отношение; 3) за компанию – воровство совершается совместно с группой не для обогащения, но на основе желания быть принятым группой, соответствовать ее нормам.

Первые два вида мотивов служат основанием индивидуального воровства. Мотив сделать благо себе имеет следующие конкретные проявления: 1) «импровизация» – импульсивное побуждение украсть, появляющееся в момент, когда имеет место хотя бы одно из условий: человек видит чужую вещь, которая привлекает его внимание; человек находится один рядом с чужой вещью; 2) более или менее длительно формирующееся желание взять чужую вещь. Превращается это желание в конкретное побуждение чаще всего под влиянием определенных благоприятных условий; 3) побуждение отомстить конкретному человеку или «всем сразу» (своеобразная иррадиация чувства обиды с фрустрирующего индивида на остальных окружающих людей). Такое побуждение к воровству связано с четким пониманием негативного социального характера этого действия [1, с. 42–48].

Первый опыт шоплифтинга у респондентов связан с разными ситуациями, но они в большинстве своем уверены в относительной

справедливости своего воровства, будь то расплата за невыплаченные деньги или завышенная цена на отдельные товары, в первую очередь на интеллектуальные.

«Как я первый раз украла, мы в магазине работали «Глория Джинс» и нам не заплатили, кинули просто. Кому жаловаться, некому. Что мы сделали, а мы в этом магазине вещей на нашу заработанную сумму украли. Отомстили им, таким образом. А дальше еще раз, как-то само собой получилось» (жен., 19 лет).

«А что? Я стою на кассе, меня никто не палит, камер нет, я такая беру и книги в сумку убираю. Спокойно так, без нервов. У меня тогда триста рублей было, а книжки каждая по двести, не хватило бы. Книжки не должны столько стоить! Да и вообще, я тушенки купила и чипсов, не просто так же зашла» (жен., 18 лет).

Вообще описание воровства книг, именно книг, а не продуктов питания – часто встречающаяся тема у молодежи. При этом подчеркивается, что те кто завышает цены на книги, должны быть наказан. Украденные книги размещенные в социальных сетях – это, как правило, научная и научно-популярная литература или произведения классики. Несколько лет хитом «поднятых» шоплифтерами книг были произведения философа Жана Поля Сартра. Популярность этого философа и писателя объясняется и его специфической идейной позицией противопоставления человека и системы, а также современной популярности его работ в среде студенческой молодежи.

Сами респонденты выделили еще одну категорию шоплифтеров, о которых упоминают достаточно редко. Эта категория которая вызывает если не сочувствие, то снисхождение, как со стороны самих шоплифтеров, так и со стороны охраны.

«Вы думаете в магазине воруют только молодые, нет и еще раз нет. Самые большие ловкачи в этом деле – это пенсионеры. Какая-нибудь бабка – «божий одуванчик» шоколадку положит на дно сумки и еще какой-нибудь фигни. Ее и трогать не будут, в худшем случае отберут эту шоколадку, а

может охранник и сам за нее заплатит» (муж., 26 лет).

Самих шоплифтеров можно разделить на две группы: профессиональных шоплифтеров и случайных, похищающих товар от случая к случаю. Также отмечают и такую категорию, как моментный шоплифтер, т.е. человек, который специально этим не занимается, но при возможном случае может похитить товар из магазина.

«Есть еще и такая категория, а их очень много. Это моментные шоплифтеры. Это те кто не ворует все время, но если случай подвернется, обязательно что-нибудь стащит» (муж., 24 года).

Фактически все наши респонденты отмечали, что в крупных сетевых супермаркетах есть большая категория людей, которые конкретно товары не воруют, но во время покупки в магазине, съедают какой-либо товар, а в случае когда попадутся, говорят, что они собирались, подойдя к кассе заплатить за него. Очень часто так поступают также и покупатели с детьми, в случае возникновения затруднения перекладывающие вину за съеденный товар на детей, которые не понимали, что за него нужно платить. Рассказы о таких людях, как бы оправдывают шоплифтера, стремятся показать, что его поведение лишь немногим отличается от основной массы людей.

«Много в магазине таких, которые вроде не воры в прямом смысле этого слова, но они пока по магазину ходят, едят конфеты, шоколад, пьют колу, ну и в таком духе. Некоторых мы уже в лицо знаем, они такое чувство пожрать сюда приходят» (жен., 32 года).

Причины воровства в магазине наши респонденты видят в самой природе человека, который потенциально склонен к воровству и в определенных экономических условиях это проявиться. Но в тоже время даже работники охранной системы считают уголовное законодательство слишком жестким по отношению к совершающим магазинные кражи, в первую очередь к молодым людям. *«Да вообще все люди по природе воры. В советское время с заводов всё несли и честные и нечестные. А коммунисты на это глаза закрывали. Была даже поговорка – неси с завода даже гвоздь,*

ты же хозяин, а не гость. И все думали – это нормально, в смысле, что воровать у государства – нормально. Как от этого отучить?» (муж., 43 года).

Другой причиной выдвигаемой шоплифтерами является несовершенство мира (причем не только в России) и позиционирование некой протестности против существующих правил, борьбы с системой.

«А почему бы и не воровать? почему это не правильно-а? почему это не честно. Я вот считаю, что не правильно горбатиться ради наедания жирных морд, что-то какие-то бизнесы-.... – это всё лишь для того, чтобы отрастить жирное брюхо годам к сорока, а мы выбираем свободу, безграничность выбора действий. Мы воруем не у слабых. Мы доказываем гниль системы» (муж., 23 года).

«Ну, мы с пацанами, бывало, зайдём и что-нибудь пожрать по карманам пихаем, ибо тут, в Евросоюзе все, дико дорого, и это бесит. Купим на десять человек бутылку воды, а на двадцать евро каждый с собой унесет. Один раз головку сыра украли» (муж., 26 лет).

Сегодняшние системы коммуникации позволяют шоплифтерам взаимодействовать между собой. Наличие в сети Интернет ряда форумов позволяет делиться опытом, объяснять начинающим магазинным вора, чего не нужно делать.

«Существует куча способов, ты в интернете это можешь прочитать или люди показывают как и, что сделать и как. Допустим на ютубе можно посмотреть» (жен., 21 год).

Также некоторые шоплифтеры узнают о способах магазинной кражи от родителей и друзей:

«Меня в магазинах научила воровать мама. Она как зайдет куда – то бусы вынесет, то духи недешевые. Вот и я так. Вчера вот помаду из корнера мак унесла...» (жен., 18 лет).

«Она мне такая говорит, типо, не хочешь сейчас шоколадок набрать, ну и я такой, типо, почему бы и нет. Ну и рассовали их по карманам и все,

правда сначала страшно было...» (муж., 22 года).

Зачастую заниматься этим начинают под влиянием компании. Все так делают, соответственно не будет зазорным, если и я так сделаю. Причем могу удостоиться похвалы и уважения.

«Первый раз лет в 9–11 украла Орбит в магазине, пока стояла у кассы в очереди с мамой» (жен., 19 лет).

«У нас не было денег, а у меня карманы в пальто только глянь – безразмерные. Знаешь как сахара натырить можно? Ща расскажу. Мы пошли в Старбакс. Там же как делаешь – стал с другом у стойки, вроде болтаешь, и давай укладывать. Полтора килограмма унесли в итоге» (жен., 20 лет).

Об адреналине, о чувствах которые испытывали шоплифтеры, особенно в первый раз, упоминали практически все респонденты. Вообще психологический момент играл очень важную роль, человек шел вновь и вновь испытать это чувство. Для ряда шоплифтеров, это являлось даже более важным, чем экономическая составляющая.

«Ну сейчас там акция эта, сумасшедшие недели. Я и позвонил другу, чтобы помог. Он же там работал год назад, вот. Ну он мне говорит, где у камер слепая зона, я там встал и по-тихому эту пасту и свистнул. А нафига она мне? Не знаю...» (муж., 22 года).

По мере взросления молодой человек начинает осознавать, какой опасности он себя подвергает и как может испортить себе жизнь этими необдуманными поступками. Все опрошенные нами респонденты прекратившие занятия шоплифтингом на сегодняшний момент, сделали это именно по данной причине.

«Бросил, потому что отрезвление наступило. Я учиться в универ поступил. Ну и тут по старой привычке ходил, Ашан, Окей, затариться есть где. А потом, в какой-то момент подумал: «А, если меня на этой говенной жевачке поймут, и все... Потом как отрезало, не хочу» (муж., 24 года).

«Нет, сейчас не занимаюсь, все это по глупости было, по молодости»
(жен., 22 года).

Таким образом, на основе материалов социологического исследования можно сделать вывод, что основной категорией шоплифтеров является молодежь, причем преимущественно не из тех, кто находится в сложных экономических условиях. Причины, побуждающие к кражам – желание себя проявить в экстремальных условиях, показать себя в коллективе, что ты не хуже других. Зачастую понимание того, что ты совершаешь преступление, приходит позднее. Организующую роль в данном движении играют и коммуникационные связи, социальные сети. Большая часть тех, кто занимался шоплифтингом по мере взросления отходит от движения. Соответственно, требуется, на наш взгляд, не только непосредственное наказание виновных, но и профилактика с помощью контроля за сетевыми коммуникациями, меры социальной рекламы, развитие альтернативных экстремальных практик, но в рамках закона.

Список литературы

1. Литвак М.Е. Психология воровства // Психологические исследования. 2012. № 4. С. 42–48.